



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

“El nivel de posicionamiento y relación con la publicidad en el mercado de la empresa Chuck E. Cheese’s Independencia-2016”

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION

AUTORA

Arellano Solano Olinda

ASESORA

Dra. Rey Córdova de Velásquez, Nerida Gladys

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Díaz Saucedo Antonio
(Presidente)

Dr. Fernández Saucedo Narciso
(Secretario)

Dr. Rey Córdova Nériida
(Vocal)

DEDICATORIA

A Dios, por permitir concluir con este trabajo en esta etapa de mi vida. A mi madre y a mi padre porque gracias a ellos soy una mujer de bien, y a mis amistades que en cada momento me brindaron su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a mis profesores de quienes pude aprender lo que hoy a diario comparto con mis compañeros de trabajo, así como también agradezco a quienes colaboraron de una u otra forma para llegar a concluir en este trabajo de investigación, entre ellos a mi asesor estadístico y asesora de tesis.

Declaración De Autenticidad

Yo Arellano Solano Olinda con DNI nro. 77328604, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad cesar vallejo.

Lima, Noviembre del 2016

Olinda Arellano Solano

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la universidad cesar vallejo presento ante ustedes la tesis titulado “El nivel de posicionamiento y su relación con la publicidad en la Empresa Chuck E Cheese’s Independencia-2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciado en administración.

Olinda Arellano Solano

Índice

Página del Jurado.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Declaratoria de autenticidad.....	iv
Presentación.....	v
Índice.....	vi
Resumen.....	vii
Abstrac.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática.....	1
1.2 Trabajos Previos.....	3
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	6
1.4 Formulación del problema.....	10
1.5 Justificación del problema.....	11
1.6 Hipótesis.....	11
1.7 Objetivos.....	12
II. MÉTODO	
2.1. Diseño de investigación.....	13
2.2. Variables , Operacionalización.....	15
2.3. Población y muestra.....	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	
2.5. Métodos de análisis de datos.....	16
2.6. Aspectos éticos.....	16
III. RESULTADOS	
3.1 Análisis de resultados.....	17
3.2 Prueba de normalidad.....	19
3.3 Contrastación de hipótesis.....	21

IV.	DISCUSIÓN.....	22
V.	CONCLUSIÓN.....	26
VI.	RECOMENDACIONES.....	27
VII.	REFERENCIAS.....	28

ANEXOS

- ✓ Instrumento
- ✓ Validación de instrumentos
- ✓ Matriz de consistencia

RESUMEN

En la presente investigación el objetivo fue determinar la relación que existe entre el nivel de posicionamiento y el grado de publicidad en la empresa de Chuck E. Chesse independencia 2016. Las variables estudiadas fueron el nivel de posicionamiento (aspectos como posicionamiento de marca y producto) y el grado de publicidad (aspectos como promoción y demanda). El tipo de investigación fue aplicada cuantitativa, se utilizó un diseño de tipo correlacional transversal. La población fue de 100 clientes de la empresa de Chuck e cheese de cualquier distrito y la muestra fue de 100 clientes (muestra censal). El método de investigación fue hipotético deductivo, se utilizó un instrumento: El cuestionario. En los resultados se observó que de 100 clientes de Chuck e cheese en la variable de nivel de posicionamiento un 61% de clientes considera “Excelente” y en la variable de Publicidad un 76% de clientes considera “Deficiente”. Se concluye que existe una relación directa y significativa entre las dos variable de estudio porque el nivel de correlación obtenido en la prueba de Rho Spearmen fue 0,096 y el $p=0,010$ menor que el $p=0,05$.

Palabras claves: Posicionamiento, publicidad, censal.

ABSTRAC

In the present investigation, the objective was to determine the relationship between the level of positioning and the degree of advertising in Chuck E. Chesse's company, independence 2016. The variables studied were the level of positioning (aspects such as brand and product positioning) and the degree of publicity (aspects such as promotion and demand). The type of research was applied quantitative; a cross-correlation type design was used. The population was 100 customers of the company Chuck and cheese of any district and the sample was 100 customers (sample census). The method of investigation was hypothetical deductive, we used an instrument: The questionnaire. In the results, it was observed that of 100 customers of Chuck e cheese in the variable of positioning, 61% of customers considered "Excellent" and 76% of customers considered "Poor" in the variable of Advertising. We conclude that there is a direct and significant relationship between the two study variables because the correlation level obtained in the Rho Spearmen test was 0.096 and $p = 0.010$ lower than the $p = 0.05$.

Key words: Positioning, advertising, census.